

ABSTRAK

Perancangan ini didasarkan pada data bahwa tingginya jumlah *gamers* di Indonesia tetapi kurangnya *awareness* terhadap brand dan produk ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat promosi dan kampanye promosi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek produk "Digital Alliance Gaming Mouse Luna Sport". Digital Alliance menghadapi masalah seperti promosi, iklan, dan placement yang buruk dibandingkan dengan pesaingnya. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan Wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Penggunaan analisis SWOT (Activities, Opinions, and Interests), AISAS dan AOI dilakukan untuk menganalisis data yang dikumpulkan menggunakan teknik analisis kualitatif. Hasil perancangan menunjukkan bahwa dibutuhkan iklan mengenai produk kepada khalayak agar target audience lebih *aware* terhadap produk dengan promosi melalui *Brand experience* dapat meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap produk ini. Strategi ini termasuk membuat pop-up store dan booth experience di Bandung Electronic Center (BEC) untuk mencoba produk Digital Alliance secara langsung. Studi ini menemukan bahwa strategi promosi yang tepat sasaran dan menarik yang menggunakan media digital dan *hands-on experience* dapat meningkatkan brand awareness. Untuk mencapai hasil yang lebih baik, penelitian ini menyarankan untuk terus meningkatkan interaksi dengan komunitas dan meningkatkan konten media sosial.

Kata kunci : Brand awareness, Digital Alliance, Kampanye Promosi, Promosi Digital, Strategi Branding